

ACCORDO CON UN GRUPPO DI EDITORI

# Facebook sperimenta le notizie a pagamento

BRUNO RUFFILLI

Oltre a "Mi piace", su Facebook arriverà il pulsante "Abbonati". Come anticipato da La Stampa, infatti, il social network inizierà a breve la sperimentazione per supportare gli abbonamenti alle notizie. I partner coinvolti sono al momento Bild, The Boston Globe, The Economist, Hearst (The Houston Chronicle e The San Francisco Chronicle), Le Parisien, Spiegel, The Telegraph, Tronc (The Baltimore Sun, The Los Angeles Times e The San Diego Union Tribune) e The Washington Post. Per l'Italia c'è il gruppo Gedi.

L'editore potrà scegliere se offrire nel formato Instant Article un pacchetto di articoli in abbonamento o puntare sul modello freemium, un misto di notizie gratuite e a pagamento. In entrambi i casi incasserà il 100% delle entrate: il rapporto con i lettori, spiega Facebook in una nota, «funzionerà esattamente nel-

lo stesso modo in cui avviene oggi sul sito dell'editore, dove questo ha accesso diretto e completo controllo, tra le altre cose, sull'impostazione dei prezzi e della proprietà dei dati degli abbonati».

Come dichiara Massimo Russo, Direttore Generale della Digital Division di Gedi Gruppo Editoriale, «la collaborazione con Facebook e con le piattaforme digitali per testare la disponibilità degli utenti a pagare per il giornalismo riveste per noi grande importanza». Anche Google sta progettando sistemi di pagamento per aiutare la diffusione del giornalismo di qualità sul web e fornire agli editori un modello di business diverso dalla pubblicità basata sui clic.

Le news a pagamento su Facebook arriveranno per ora solo su Android. Secondo Apple, infatti, gli abbonamenti si configurano come acquisti in-app: per questo Cupertino richiede il 30 per cento degli incassi.